

소비자 리서치 전문기관



# 컨슈머인사이트 보도자료

(Telecom Report `20)

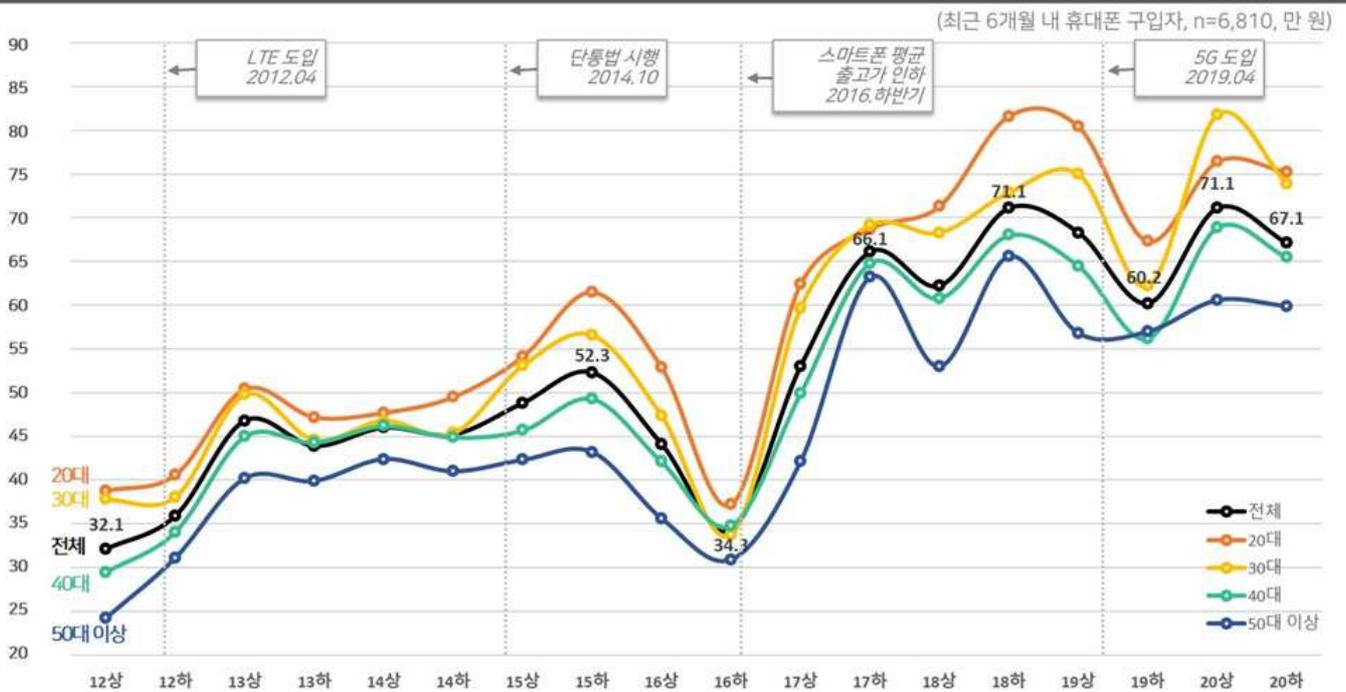
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2020년 12월 15일 배포	매 수	4매

## 스마트폰, 두 배 올랐고 넉 달 더 쓴다

컨슈머인사이트, 이동통신 기획조사 분석

- LTE 본격 보급된 2012년부터 올해까지 8년간
- 평균 구매가격 32만원에서 67만원으로 상승
- 사용 기간도 24개월서 27.9개월로 계속 증가
- 최신폰 욕구보다 단말기 문제로 교체 훨씬 많아
- 가격과 성능 고려하는 합리적 소비행태 자리잡아

[그림1] 연령별 휴대폰 구입가격 추이(단위: 만원)



\* 10대는 제시하지 않음

Q. 현재 사용하는 휴대폰을 총 얼마에 구입(가입비 제외)하셨습니까? 보조금 등 할인혜택을 뺀 실제로 지불한 가격을 적어 주십시오

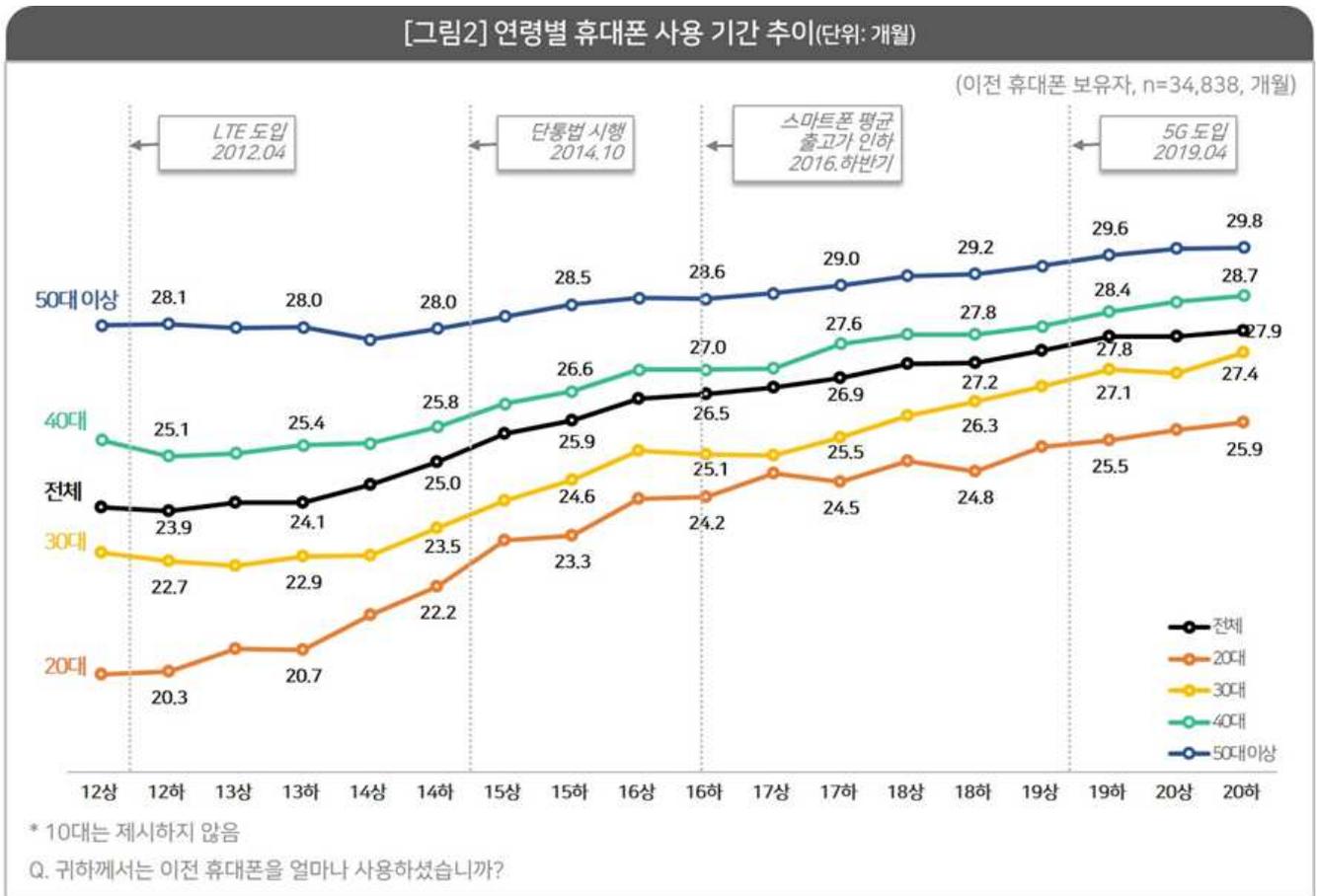
최근 8년간 스마트폰 실구매가격은 2배 올랐고 교체주기(사용기간)는 4개월 늘었다. 올해 하반기 소비자들의

휴대폰 평균 구입가격(보조금 등 할인을 제외한 실제 지불 가격)은 67만원대로 LTE 휴대폰이 본격 보급된 2012년 상반기 32만원대에서 배 이상 상승했으며 같은 기간 평균 사용기간은 24.0개월에서 27.9개월로 3.9개월 늘어났다. 교체 이유로는 '성능저하와 고장'이 42%로 '최신폰을 쓰고 싶어서' 28%를 크게 앞서 성급한 교체보다 가격과 성능을 고려하는 합리적인 소비행태가 자리 잡아가고 있는 것으로 나타났다.

이동통신 전문 조사기관 컨슈머인사이트는 2005년부터 이동통신 사용 행태 전반에 대해 연 2회(매년 3~4월 /9~10월 실시, 회당 표본 규모 약 4만명)씩 대규모 조사를 해 왔다. 조사 응답 결과를 토대로 LTE 도입 이후 휴대폰 구입가격과 사용기간 변화 추이, 교체 이유를 연령별로 비교 분석했다.

■ 구입 가격 상승 ; 2012년 LTE폰 도입 때 2배 오른 이후 다시 2배 올라

2012년 30만원대(상반기 32만1000원, 하반기 35만9000원)였던 휴대폰 평균 구입가격(보조금 등 할인을 제외한 실제 지불 가격)은 올해 하반기 평균 67만1000원으로 가파른 상승세를 지속해 왔다[그림1]. 2012년은 롱텀에볼루션(LTE) 스마트폰이 본격 도입되면서 일반 피쳐폰에서 교체 붐이 불어 구입가격이 크게 상승한 해로 그 이전 평균 구입가는 10만원대 초중반이었다. 이후 단통법이 시행된 2014년과 5세대(G) 서비스가 시작된 2019년에도 휴대폰 구입가격이 크게 상승했다. 보조금 혜택이 줄어들고 단말기 고급화 추세로 출고가격 자체가 오르는 영향이다. 다만 2016년에는 평균 스마트폰 출고가가 인하되면서 일시적으로 30만원대 중반까지 떨어지기도 했다.



■ 사용기간 : 2012년 이후 약 2년마다 1개월씩 늘어

휴대폰 평균 사용기간은 올해 하반기 조사에서 27.9개월로 나타났다[그림2]. LTE 붐으로 사용기간이 가장 짧았던 2012년 하반기(23.9개월)에 비하면 정확히 4개월 늘었다. 그 이전 사용기간은 24개월 초반대로 비교적 일정했다. 2014년 25개월, 2016년 26개월, 2018년 27개월을 넘어서며 지속적으로 연장돼 올해에는 28개월 턱 밑에 도달했다. 약 2년마다 1개월씩 늘어난 셈이다.

연령대별로 비교하면 그동안 사용기간이 가장 짧았던 20, 30대가 가장 크게 늘었다. 20대는 2012년 하반기 20.3개월에서 올해 하반기 25.9개월로 5.6개월 늘었으며, 30대는 같은 기간 22.7개월에서 27.4개월로 4.7개월 증가했다. 40대와 50대 이상은 올해 28.7개월과 29.8개월로 각각 3.6개월, 1.7개월 늘어 연령이 높을수록 사용기간이 긴 경향이 유지되고 있다. 20대와 50대의 사용 기간 격차는 2012년 하반기 7.8개월에서 올해 상반기 3.9개월로 크게 줄어들었다. 휴대폰 사용기간이 연령대에 관계없이 상향 평준화하는 추세임을 알 수 있다.

**[표] 2020년 하반기 휴대폰 교체 계기**

(최근 6개월 내 휴대폰 구입자, 단수응답, %)

	전체	20대	30대	40대	50대 이상
(사례수)	(6,808)	(1,356)	(1,396)	(1,450)	(2,148)
휴대폰 노후화/성능저하/잦은 고장때문에	43	41	38	44	48
단말 문제 없으나 최신폰 쓰고싶어서	25	29	30	24	22
휴대폰이 분실/파손돼서	14	16	15	13	11
저렴하게 휴대폰 구입할 기회가 생겨서	11	10	12	12	11
기존 통신사에 대한 불만 때문에	1	1	1	1	1

\* 10대는 제시하지 않음  
 Q. 현재 사용하시는 휴대폰을 구입(교체)하게 된 계기는 무엇이었나요? 가장 큰 계기를 하나만 선택해 주십시오.

**■ 교체 이유 ; 20, 30대 '최신폰 쓰고 싶어서' 많아**

휴대폰 사용기간이 늘어나는 이유는 구입가격 상승과 함께 단말기 내구성과 성능 향상에서 찾을 수 있다. 올해 하반기 조사에서 휴대폰을 교체한 계기를 보면 △'노후화/성능저하/고장이 잦아서'가 43%로 가장 많았고 △'단말에 문제는 없지만 최신폰을 쓰고 싶어서'가 25% △'분실/파손돼서'가 14%로 뒤를 이었다. 노후화/성능저하/고장, 분실/파손 등 불가피한 단말기 문제로 교체한 응답자가 57%에 달해 최신폰을 쓰기 위해 교체했다는 응답자 비율의 2배를 넘었다[표].

최신폰에 대한 욕구는 역시 20, 30대가 강했다. 20대의 29%, 30대의 30%가 최신폰을 쓰기 위해 교체했다고 답해 성능저하/고장 때문에 교체한 비율(20대 41%, 30대 38%)에 비해 각각 12%포인트(p), 8%p 차이로 비교적 격차가 작았다. 20%p 이상 큰 차이를 보인 40, 50대 이상보다 최신폰 선호도가 훨씬 높았다.

20~30대는 최신 단말기 선호도가 다른 세대보다 강하긴 하지만 과거처럼 최신폰이 출시되자마자 교체하기 보다는 충분히 사용하다가 마음에 드는 최신폰이 나오면 교체하는 경향이 강해졌다고 볼 수 있다. 단말기 성능이 상향 평준화되면서 예전처럼 새 버전이 나올 때마다 파격적인 신기능이나 성능 향상을 기대하기 어려워졌기 때문이다.

**■ 전망 : 혁신적 품팩터 등장이 변수**

단말기 성능이 향상되고 구입 가격이 상승하면서 스마트폰 교체주기가 길어지는 것은 어쩌면 자연스러운 현상이다. 과거에는 2년 약정이 일반적이었고 이 기간이 끝날 때쯤 번호이동을 하면 저렴한 가격에, 또는 전허 돈을 들이지 않고 새 스마트폰으로 바꿀 수 있었다. 단말기 성능에도 서서히 문제가 생기는 시기기도 했다.

그러나 요즘은 단말기 가격이 비싸진 반면 지원금은 많지 않고 성능이 상향 평준화하면서 혁신적인 변화를 찾기 어렵다. 성능 차이는 별로 없는데 가격만 지속적으로 높아지니 신제품 구매를 꺼릴 수밖에 없다. 더욱이 한국은 아직도 세계적으로 단말기 교체주기가 짧은 나라에 속한다.

아직 지지부진한 5G 서비스가 본궤도에 접어들고 폴더블폰이 좀 더 일반화된다면 일부 교체 수요를 기대할 수 있다. 그러나 성능이나 디자인에서 새로운 패러다임을 제시하는 혁신적 품팩터가 나오지 않는 한 스마트폰

교체주기 증가세는 쉽게 꺾이지 않을 것으로 보인다.

이 리포트는 컨슈머인사이트가 2005년부터 수행한 '이동통신 기획 조사'를 바탕으로 한다. 조사는 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 연 2회(매년 3~4월/9~10월, 회당 표본 규모 약 4만명) 실시하며 이동통신 사용 행태 전반을 조사 범위로 한다. 2020년 9월에는 3만5676명을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례할당했다. 자료수집에는 이메일과 모바일을 사용했다.

<참고: 컨슈머인사이트 이동통신 기획조사 개요>

[누적 표본구성 현황] 총 2,065,606명

응답대상자	전국 14세~64세 휴대폰 사용자
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP (Invitation Based Panel)
표본추출방법	성별/ 연령/지역 고려 할당 추출
자료수집방법	이메일/모바일 조사
표본 수	회당 4만명 (16차 부터) *15차까지 회당 8만명 이상
주요 정보	이동통신 이해 및 시장 Trend 파악 이동통신 서비스 및 단말기 품질 경쟁력 파악
조사 주기	연 2회 (Bi-annual)수행 상반기: 3~4월, 하반기: 9~10월 자료 수집

차수	사례수	차수	사례수
32차		16차	
2020년 하반기	35,676	2012년 하반기	73,365
31차		15차	
2020년 상반기	34,682	2012년 상반기	88,967
30차		14차	
2019년 하반기	33,274	2011년 하반기	81,344
29차		13차	
2019년 상반기	34,571	2011년 상반기	85,605
28차		12차	
2018년 하반기	36,079	2010년 하반기	87,426
27차		11차	
2018년 상반기	37,349	2010년 상반기	88,876
26차		10차	
2017년 하반기	37,174	2009년 하반기	85,935
25차		9차	
2017년 상반기	40,189	2009년 상반기	74,893
24차		8차	
2016년 하반기	38,405	2008년 하반기	76,469
23차		7차	
2016년 상반기	39,355	2008년 상반기	92,210
22차		6차	
2015년 하반기	40,172	2007년 하반기	100,615
21차2		5차	
015년 상반기	40,461	2007년 상반기	100,752
20차		4차	
2014년 하반기	41,874	2006년 하반기	100,901
19차		3차	
2014년 상반기	41,390	2006년 상반기	100,000
18차		2차	
2013년 하반기	42,195	2005년 하반기	110,455
17차		1차	
2013년 상반기	44,168	2005년 상반기	100,779

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

**For-more-Information**

박경희 본부장

parkkh@consumerinsight.kr

02)6004-7619